

**PENGARUH ANTESEDEN KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP NIAT
BELI ULANG PADA RESTORAN CEPAT SAJI
(Studi pada KFC Solo Square)**



SKRIPSI

**Disusun Untuk Melengkapi Tugas-Tugas Dan Memenuhi Persyaratan Guna
Meraih Gelar Sarjana Ekonomi Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi
Universitas Sebelas Maret Surakarta**

Disusun oleh
ANGGIT HERTINA
F0209018

**S1 MANAJEMEN FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS SEBELAS MARET
SURAKARTA**

2013
commit to user

ABSTRAK

PENGARUH ANTESEDEN KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP NIAT BELI ULANG PADA RESTORAN CEPAT SAJI (Studi pada KFC Solo Square)

Oleh :
ANGGIT HERTINA
F0209018

Tujuan penelitian ini adalah untuk menguji pengaruh anteseden kepuasan konsumen, *SERVPERF*, kualitas makanan, nilai yang dipersepsikan terhadap niat beli ulang pada konsumen restoran cepat saji KFC Solo Square. Sampel penelitian yang digunakan sebanyak 178 responden. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner. Pengambilan sampel dilakukan dengan metode *non-probability sampling*, yaitu *purposive sampling* dengan kriteria responden yang pernah makan di KFC minimal tiga kali dalam satu tahun terakhir. Setelah data terkumpul, SEM AMOS digunakan untuk menguji hipotesis yang telah dirumuskan.

Berdasarkan hasil analisis model structural (SEM) yang menguji hipotesis dalam penelitian ini didapatkan hasil antara lain : pertama, *SERVPERF* berpengaruh terhadap kepuasan konsumen, kedua, kualitas makanan memiliki pengaruh terhadap kepuasan konsumen, ketiga, nilai yang dipersepsikan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen, dan terakhir adalah kepuasan konsumen berpengaruh secara signifikan terhadap niat beli ulang.

Penelitian ini telah meneliti beberapa faktor yang mempengaruhi niat beli ulang. Namun ada beberapa variabel yang kemungkinan berpengaruh terhadap niat beli ulang yang tidak diuji pengaruhnya dalam penelitian ini. Sehingga dalam penelitian selanjutnya diharapkan melengkapi keterbatasan pada penelitian ini dengan menambah variabel lain.

Kata kunci : *SERVPERF*, kualitas makanan, nilai yang dipersepsikan, kepuasan konsumen dan niat beli ulang

ABSTRACT

THE EFFECT OF ANTECEDENTS CUSTOMER SATISFACTION TOWARD BEHAVIORAL INTENTIONS AT FASTFOOD (A Study at KFC Solo Square)

By :

ANGGIT HERTINA

F0209018

The purpose of this study was to examine the influence of antecedents consumer satisfaction that were SERVPERF, food quality, perceived value on behavioral intentions at fast food restaurants, namely KFC Solo Square. The data were collected by a questionnaires with involving 178 respondents. Meanwhile sample collecting was done by non-probability sampling method, namely purposive sampling with criteria respondents who have eaten at KFC at least three times in the past year. After completing data, SEM AMOS was applied to test the hypotheses have been formulated.

The results show that firstly, SERVPERF influence on consumer satisfaction; secondly, food quality has a significant affect on consumer satisfaction; thirdly, perceived value affects on consumer satisfaction, and finally, consumer satisfaction significantly influence behavioral intentions.

This study has examined the factors that influence behavioral intentions. However, there are several variables that may influence the behavioral intentions that were not tested yet. Thus, the future research are expected to fulfill the limitation of this research.

Keywords ; *SERVPERF, food quality, perceived value, consumer satisfaction and behavioral intentions*

HALAMAN PERSETUJUAN

Skripsi dengan judul :

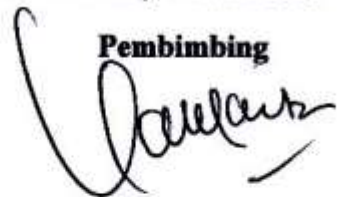
**PENGARUH ANTESEDEN KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP NIAT BELI
ULANG PADA RESTORAN CEPAT SAJI**

(Studi pada KFC Solo Square)

Telah disetujui dan diterima dengan baik oleh :

Surakarta, 1 Juli 2013

Pembimbing



Haryanto, S.E., M.Si

NIP. 197403092006041001

HALAMAN PENGESAHAN

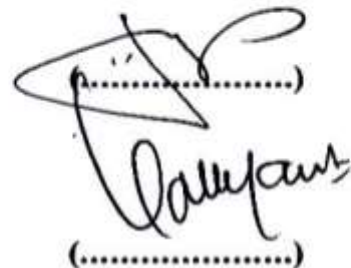
Telah disetujui dan diterima baik oleh tim penguji Fakultas Ekonomi
Universitas Sebelas Maret Surakarta guna melengkapi tugas-tugas dan
memenuhi syarat-syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Jurusan
Manajemen



Surakarta, 5 Juli 2013

Tim Penguji Skripsi

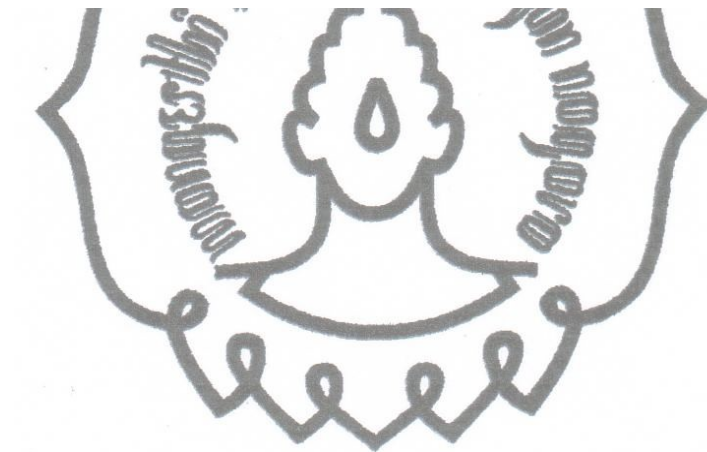
1. **Drs. Djoko Purwanto, MBA** Sebagai Ketua
NIP ; 19590116 198503 1 004
2. **Drs. Wiyono, MM.** Sebagai Sekretaris
NIP ; 19550505 198503 1 002
3. **Haryanto, S.E., MSI.** Sebagai Pembimbing
NIP ; 19740309 200604 1 001


(.....)
(.....)

MOTTO

Dari Abu Hurairah ra, Nabi SAW, bersabda:

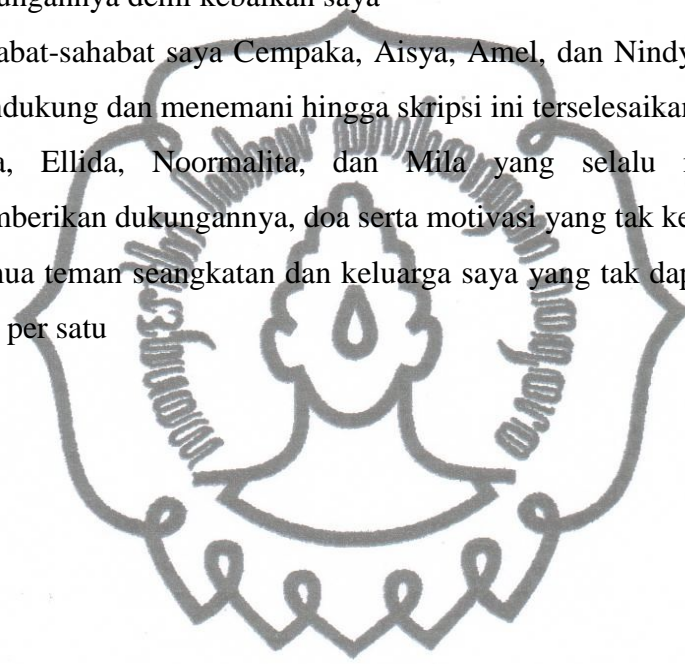
“Barang siapa yang melepaskan satu kesusahan seorang mukmin, pasti Allah akan melepaskan darinya satu kesusahan pada hari kiamat. Barang siapa yang menjadikan mudah urusan orang lain, pasti Allah akan memudahkannya di dunia dan di akhirat”. (HR. Muslim)



PERSEMBAHAN

Saya persembahkan karya ini kepada :

1. Ayah dan Ibu tercinta yang senantiasa mendukung, membimbing, memotivasi serta mendoakan saya
2. Kakak dan adik saya tersayang yang selalu memberikan saran dan dukungannya demi kebaikan saya
3. Sahabat-sahabat saya Cempaka, Aisya, Amel, dan Nindy yang senantiasa mendukung dan menemani hingga skripsi ini terselesaikan
4. Lina, Ellida, Noormalita, dan Mila yang selalu membantu saya, memberikan dukungannya, doa serta motivasi yang tak kenal lelah
5. Semua teman seangkatan dan keluarga saya yang tak dapat saya sebutkan satu per satu



commit to user

KATA PENGANTAR

Puji syukur Alhamdulillah Penulis ucapkan kehadiran Allah SWT yang telah banyak banyak mengkaruniakan nikmat-Nya yang tidak terhitung, salah satunya Penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **“PENGARUH ANTESEDEN KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP NIAT BELI ULANG PADA RESTORAN CEPAT SAJI (Studi pada KFC Solo Square)”**. Sebagai syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi di Fakultas Ekonomi Universitas Sebelas Maret Surakarta.

Pada kesempatan ini, Penulis ucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan bantuan sejak masa persiapan hingga akhir penyusunan skripsi ini. Secara khusus ucapan terima kasih Penulis sampaikan kepada :

1. Dr. Wisnu Untoro, M. S, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Sebelas Maret Surakarta
2. Dr. Hunik Sri Runing S, M.Si., selaku ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Sebelas Maret Surakarta
3. Haryanto, S.E., M.Si., selaku dosen pembimbing skripsi yang dengan sabar dan telaten memberikan bimbingan kepada Penulis dalam penyusunan skripsi ini
4. Seluruh dosen Manajemen Fakultas Ekonomi yang selama ini telah memberikan ilmu dan pengetahuan

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih jauh dari sempurna, oleh karena itu apabila ada kata yang tidak berkenan, Penulis mohon maaf. Penulis juga mengharap kritik dan saran yang bersifat membangun dari semua pihak demi kesempurnaan skripsi ini. semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca, khususnya untuk Penulis sendiri.

Surakarta, Juli 2013

commit to user

Anggit Hertina

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	
ABSTRAK	i
ABSTRACT	i
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
HALAMAN MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Perumusan Masalah	7
C. Tujuan Penelitian	8
D. Manfaat Penelitian	8
E. Justifikasi Penelitian	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	11
A. Landasan Teori	11
1. SERVPERF	11
2. Kualitas Produk	13
3. Nilai Yang Dipersepsikan	14
4. Kepuasan Konsumen	16
5. Niat Beli Ulang	17
B. Posisi Studi	18
C. Kerangka Penelitian	20
D. Hipotesis	21

commit to user

BAB III METODE PENELITIAN	25
A. Desain Penelitian	25
B. Populasi, Sampel, Teknik Pengambilan Sampel	25
1. Populasi	25
2. Sampel	26
3. Teknik pengambilan sampel	26
C. Variabel Penelitian Dan Definisi Operasional	27
D. Sumber Data	33
E. Metode Pengumpulan Data	33
F. Pengujian Instrumen Penelitian	34
BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN	42
a. Analisis Deskriptif	42
b. Pengujian instrument penelitian	44
1. <i>Pretest</i> Pertama	44
2. <i>Pretest</i> kedua	46
3. Uji Sampel Besar 178 Responden	48
c. Pengolahan Data	50
1. Normalitas Data	50
2. Evaluasi Outliers	53
d. Analisis Kesesuaian Model (<i>goodness of fit</i>)	53
e. Pembahasan	57
Bab V PENUTUP	63
a. Kesimpulan	63
b. Keterbatasan dan saran	64
c. Implikasi manajerial	64
DAFTAR PUSTAKA	67

DAFTAR TABEL

Tabel II.1 : Posisi Studi

Tabel III.1 : Indikator *Goodness of fit Model Struktural*

Tabel III.2 : *Regression Weight*

Tabel IV.1 ; Deskripsi Responden

Tabel IV.2 : Uji Validitas *Pretest* Pertama

Tabel IV.3 : Uji Validitas *Pretest* Kedua

Tabel IV.4 : Uji Reloabilitas *Pretest* Kedua

Tabel IV.5 : Nilai KMO Sampel 178

Tabel IV.6 : Uji Validitas Sampel 178

Tabel IV.7 : Uji Reliabilitas Sampel 178

Tabel IV.8 : Uji Normalitas Sampel 178

Tabel IV.9 : Jarak Mahalanobis Data Penelitian

Tabel IV.10 : Hasil *Goodness of fit model* sebelum modifikasi

Tabel IV.11 : Hasil *Goodness of fit model* setelah modifikasi

Tabel IV.12 : *Regression Weights*

DAFTAR GAMBAR

Gambar II.1 : Kerangka Penelitian

